



RETAIL

Le digital pour générer du trafic en magasin

À l'occasion du Bonial Day le 5 décembre à Paris, Alix Miroval, directrice retail et CPG Food chez Google France, a présenté le rôle du digital pour créer du trafic en magasin : « Google peut contribuer à passer du papier au digital en accompagnant la grande distribution à plusieurs niveaux. » Le premier levier consiste à capturer la demande entrante, puisque 2 Français sur 3 utilisent un moteur de recherche avant un achat en magasin. Il peut s'agir de Google Maps, mais aussi d'une recherche de produits via Google Lens, du site ou de l'application de l'enseigne, des réseaux sociaux ou de vidéos en ligne et notamment Youtube. Le second levier est de créer de la demande, car « chacune de ces recherches est une opportunité d'influencer le consommateur, a fortiori la génération Z qui est plus connectée ».



Les marques ont pris conscience du pouvoir de l'influence et s'en emparent pour se rapprocher pour les jeunes générations. « Sur Youtube, la food est une tendance de fond, avec des vidéos de chefs, des marques et des influenceurs qui proposent des cours de cuisine », a souligné Alix Miroval, présentant l'exemple de la chaîne Youtube Lidl Cuisine, forte d'une communauté de 400 000 personnes, qui a déjà généré 140 millions de vues en publiant des recettes vidéo chaque semaine. **EP**

